

BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Pada era globalisasi dan masa mendekati era perdagangan bebas diperkirakan akan banyak berdiri perusahaan-perusahaan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan yang telah ada perlu sekali menetapkan suatu strategi di dalam memasarkan produk-produk mereka. Salah satu perusahaan itu adalah PT Langgeng Makmur Industri, Tbk.

Pada saat ini PT Langgeng Makmur Industri menghadapi suatu masalah terhadap produk-produk PVC dengan menurunnya volume penjualan tahun 2004 ke tahun 2005 sebesar 13,82% untuk produk pipa dan pada periode tahun itu pula terjadi penurunan penjualan sebesar 22,81% untuk *fitting*. Setelah diperhatikan kemungkinan besar penurunan volume penjualan selain disebabkan oleh kondisi ekonomi di Indonesia adalah kesalahan dalam merancang strategi perusahaan. Oleh sebab itu PT Langgeng Makmur Industri, Tbk berusaha menganalisis dan mencari solusi bagi produk PVC mereka. Pihak perusahaan berpendapat bahwa kemungkinan besar terjadi kesalahan dalam menetapkan strategi bauran pemasaran sehingga menyebabkan menurunnya volume penjualan produk.

Adapun bauran pemasaran yang dibuat pada PT. Langgeng Makmur Industri, Tbk adalah produk pipa dan *fitting* PVC (PDAM, Langgeng, Telkom). Oleh karena banyaknya bauran pemasaran yang dibuat maka perlu dilakukannya suatu analisis yang tepat untuk mengambil suatu keputusan stratejik sebagai upaya memenangkan persaingan *global* pada PT. Langgeng Makmur Industri, Tbk.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah :

- Mengapa daya jual produk pipa dan *fitting* PVC (PDAM, Langgeng, Telkom) PT. Langgeng Makmur Industri, Tbk.
- Bagaimana cara membuat suatu keputusan stratejik yang tepat sebagai upaya memenangkan persaingan *global* pada PT. Langgeng Makmur Industri, Tbk.

1.3 Tujuan

Dilihat dari rumusan masalah di atas, maka perancangan pengambilan keputusan stratejik sebagai upaya memenangkan persaingan *global* bertujuan :

1.3.1 Tujuan Umum

- Merancang suatu sistem pengambilan keputusan stratejik sebagai upaya memenangkan persaingan *global*, sehingga sistem dapat :
 - Mengidentifikasi persaingan pasar
 - Mengidentifikasi prestasi produk pada masa depan
 - Mengurangi waktu implementasi dan identifikasi persaingan *global* sehingga dapat membuat keputusan stratejik dengan cepat.
 - Menyelaraskan dan mewujudkan strategi dalam upaya memenangkan persaingan *global* dengan memperhatikan kekuatan pesaing.

1.3.2 Tujuan Khusus

- Merancang sistem pengambilan keputusan stratejik pada PT. LMI, Tbk
- Mengaplikasikan sistem pengambilan keputusan stratejik pada PT Langgeng Makmur Industri, Tbk yang menyebabkan :

- Dihasilkan suatu keputusan stratejik dalam persaingan *global* secara serasi dan seimbang
- Dicapainya tujuan perusahaan dan sasaran tentang prosedur sistem perencanaan pengambilan keputusan stratejik untuk memenangkan persaingan *global*.
- Mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara tepat dan cepat.
- Meningkatkan efesiensi produk.

1.4 Manfaat

Manfaat penelitian tesis ini adalah :

Diharapkan sistem yang dirancang dapat membuat keputusan stratejik yang efektif dan efisien bagi perusahaan dalam memenagkan persaingan global sehingga diperoleh

- Keunggulan bisnis produk perusahaan
- Komposisi produk yang terpadu yang saling menunjang bagi pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan
- Menekan biaya dan mendukung kelancaran implementasi keputusan stratejik dalam memenangkan persaingan *global*
- Dapat menjadi kajian pustaka dalam pengambilan keputusan stratejik sebagai upaya memenangkan persaingan global.